

CLUBES

El Real Betis esquivo al Covid y proyecta beneficios por la venta de jugadores

El club bético asume que las ventas de abonos, entradas, *merchandising* y futbolistas se resentirán por la crisis provocada por el coronavirus, pero confía en cerrar el año en positivo como resultado del buen rendimiento económico entre julio y febrero.

Patricia López
11 jun 2020 - 04:59



El balón vuelve a rodar hoy en LaLiga Santander y lo hace en el Sánchez-Pizjuán, en el derbi sevillano coprotagonizado por el Real Betis. El club verdiblanco retoma la temporada 2019-2020 consciente de que los ingresos podrían resentirse, pero, pese al seísmo provocado por el Covid-19, confía en cerrar la campaña en beneficios. “ El año se saldará en beneficios gracias a que la temporada se ha salvado y, con ella, los ingresos audiovisuales; pero el problema llegará en 2020-2021, tendremos que adecuar los gastos y las inversiones”, asegura Ramón Alarcón, director general del Real Betis.

El club presupuestó un negocio ordinario 92,1 millones de euros, una cifra inferior a 2018-2019 al no competir en Europa. Los derechos audiovisuales representan un 67% de los ingresos, mientras que la venta de jugadores prevista para esta temporada ascendía a 43,4 millones de euros

. “En los últimos años hemos facturado de media 34 millones anuales por plusvalías; era una partida fácil de prever teniendo en cuenta la tendencia del mercado, pero ahora hay que entrecomillarla por la incertidumbre que supone esta situación, ya que asumimos que venderemos más barato de lo que esperábamos”, apunta Alarcón sobre el impacto del Covid-19 en la compraventa de futbolistas.

El directivo afirma que será una de las vías de ingresos que más afectada se verá, junto al *ticketing* y la venta de abonos si los estadios no pueden recibir público. “El problema llegará la próxima temporada; en esta, el golpe ha sido asumible”, apunta. La venta de Giovanni Lo Celso al Tottenham Hotspur en el mercado de invierno fue clave, aunque Alarcón reconoce que afectarán la devolución de abonos por los cinco partidos que se jugarán a puerta cerrada y la reducción del presupuesto publicitario de sus patrocinadores. El club preveía facturar 13,6 millones por las cuotas sociales y de abonos, mientras que los ingresos comerciales y por publicidad apuntaban a 10,1 millones. “Si el consumo se reduce, el gasto medio también lo hará”, estima Alarcón.

El Real Betis ha facturado 34 millones anuales durante las tres últimas temporadas por plusvalías

Ante esta situación y el parón de la competición, el club ha optado por reforzar la estrategia digital para seguir activando el patrocinio de sus marcas. “Estamos salvando los patrocinios de forma satisfactoria porque nuestra posición en el entorno digital es fuerte”, afirma. El directivo no esconde que algunos espórsors han pedido reducir sus activos porque no pueden pagar lo acordado, pero apunta a que el impacto podría ser mayor durante la próxima temporada.

Con todo, se muestra optimista respecto a la continuidad de sectores que han sufrido el Covid-19 con fuerza, como las casas de apuestas que no han podido generar negocio por el parón de los torneos, la automoción y el turismo. “Creo que hay potencial para crecer en el ámbito turístico porque se destinarán planes de ayuda a este sector y se invertirá en promocionar los destinos turístico; el fútbol es un gran escaparate y ahí puede haber una oportunidad”, dice Alarcón.

Respecto a los ingresos audiovisuales, que es la línea que más negocio genera a los clubes, el directivo espera cierta estabilidad en ese ámbito al tratarse de “un producto que interesa al fan”. La incógnita está en cómo afectará a los ingresos procedentes de la venta de derechos a los bares y establecimientos públicos. “Hay factores de crecimiento, como es una audiencia al alza, pero también de caída porque los bares se han visto mermados y, si además cae el poder adquisitivo, tal vez la sociedad no consuma un producto *premium*”

, como es el fútbol, que es de pago”, reconoce.

El Real Betis, que antes del Covid-19 había presupuestado un resultado neto de 9,3 millones, finalizará el año en beneficios

En sintonía con la contención del gasto prevista para el próximo curso, el Real Betis se ha visto obligado a dejar en *stand by* las obras de su ciudad deportiva, que se retrasarán en torno a seis meses. “Es un proyecto que nos ilusiona, pero no es algo esencial porque tenemos una ciudad deportiva a 500 metros del estadio; retomaremos el proyecto porque es estratégico, pero es a su vez ambicioso, a cinco años y con una inversión de 25 millones de euros”, recuerda.

El club ha frenado el proyecto hasta aclarar cómo gastar el dinero que tiene previsto para inversiones, ya sea en jugadores o en infraestructuras. Esa revisión íntegra del plan de negocio no oculta el deseo de disponer de una ciudad deportiva para potenciar el fútbol femenino y la cantera, pero no es algo prioritario tras el Covid-19.